

Presse-Information

WT-Tiengen, im Februar 2013/cap

Positive Absatzentwicklung der Habanos im Jahr 2012

Die Umsätze mit Habanos, den vollständig von Hand gefertigten Cigarren aus Cuba, legten auch im Jahr 2012 zu. 5TH Avenue, der Offizielle Alleinimporteur von Habanos mit Sitz in Waldshut-Tiengen, übertraf wiederum das Ergebnis des Vorjahres. Die Absätze in Deutschland stiegen gegenüber 2011 um 6,3% im Wert und um 4,1% in Menge. Zum positiven Ergebnis des Unternehmens trug erstmalig auch der österreichische Markt bei, nachdem 5TH Avenue im Mai 2012 von Habanos S.A. auch der Vertrieb für die Alpenrepublik übertragen worden war.

Wichtigster Absatzkanal für die Habanos war wieder der gehobene Tabakwarenfachhandel. Die Geschäfte der La Casas del Habano und die 71 Habanos Specialists legten auch in 2012 wieder deutlich zu. Erfreulich war auch die positive Resonanz des Fachhandels auf das im Jahr 2012 neu eingeführte Fachhandelskonzept Habanos Point. Inzwischen werden bereits 61 Händler in dieser Kategorie geführt. Das Konzept richtet sich an eine breitere Schicht des Fachhandels. Diese Geschäfte führen zwar nicht das umfangreiche Sortiment eines „Habanos Specialist“, engagieren sich aber dennoch stark für die Habanos.

Garanten für das Wachstum waren auch in 2012 wieder die starken, globalen Habanos-Marken Cohiba, Montecristo, Romeo y Julieta, Partagás, H.Upmann und Hoyo de Monterrey. Spitzenreiter in der Entwicklung der Marken waren Partagás und H.Upmann mit deutlichen, zweistelligen Zuwächsen. Besonders gefragt waren die Cigarren in den praktischen und attraktiven Aluminium-Tubos, als Werttreiber unterstützten sie das Umsatzplus deutlich.

Die zahlenmäßig meistverkaufte Habanos-Marke in Deutschland blieb Romeo y Julieta. Sie wuchs um 8,1%. Im Wert dominierte die Spitzenmarke Cohiba, die mit den Linien Clásica, Siglo, Maduro5 und der Superpremium-Linie Behike eine große Bandbreite der Geschmacksvorlieben anspruchsvoller Cigarrenliebhaber abdeckt. Wichtige Impulse für Absatz- und Umsatzentwicklung gaben außerdem die Spezialitäten und limitierten Editionen.

Auch die maschinell gefertigten cubanischen Cigarillos sowie die Marke Guantanamera trugen wieder zum positiven Ergebnis bei. Insgesamt konnte auch der Umsatz der Minis Cubanos um 2% erneut gesteigert werden. Getragen wurde dieses Wachstum wie bei den handgefertigten Premiumcigarren durch die globalen Marken. Spitzenreiter waren die Marken Montecristo, Romeo y Julieta und einmal mehr das Mini-Cigarillo der Marke Guantanamera.